

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Hotel ini menerapkan beberapa model komunikasi seperti komunikasi langsung dan tidak langsung. Komunikasi langsung yang dilakukan oleh Hotel ini yaitu berupa *Sales Promotion*, *Personal Selling*, dan *Direct selling*. Sedangkan komunikasi tidak langsung yang dilakukan Hotel ini yaitu dengan menggunakan promosi melalui media sosial seperti *facebook*, *tweeter*, *instagram*, *internet*, *brostur*, dan lain sebagainya. Hotel Best Skip Palembang menerapkan strategi yang lebih fokus kepada kegiatan promosi, namun Hotel ini juga berusaha untuk memaksimalkan kualitas produk, fasilitas, harga dan pelayanannya guna untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Kegiatan promosi pemasaran yang dilakukan oleh *Sales Marketing* di Hotel Best Skip yaitu melalui spanduk promosi maupun promosi internet, dikarenakan kegiatan promosi ini memakan biaya yang relatif murah namun dapat memiliki hasil yang maksimal. Kegiatan internal Hotel setiap hari mengadakan meeting harian untuk memantau bagaimana perkembangan dan kondisi Hotel. Proses srategi yang selanjutnya yaitu dengan melakukan analisis situasi oleh *Marketing* dan *Manager* Hotel seperti mengadakan riset dengan menganalisa laporan *Income Audit* atau pendapatan setiap harinya baik berupa keuangan maupun jumlah tamu yang menginap. Selain itu, pihak *Marketing* juga memantau *Feedback* atau respon pelanggan melalui komentar pelanggan pada website Hotel. Faktor yang mempengaruhi penginap di Hotel Best Skip yaitu karena Hotel ini memliki harga yang murah dan fasilitas yang cukup lengkap.

## **B. Saran**

### a. Saran bagi Hotel Best Skip Palembang

1. Pentingnya membentuk atau menambah tim *marketing* untuk menunjang kegiatan *marketing* di Hotel Best Skip Palembang agar lebih mudah melakukan setiap programnya, sehingga dapat menghasilkan keuntungan yang maksimal bagi perkembangan dan kemajuan Hotel.
2. Pentingnya melakukan promosi secara maksimal melalui media sosial dan *website* Hotel agar minat pelanggan untuk menginap lebih maksimal.
3. Tingkatkan kualitas dan fasilitas Hotel semaksimal mungkin agar dapat memberikan pelayanan yang memuaskan pelanggan.

### b. Saran bagi Akademik

Memperbanyak tambahan referensi di perpustakaan UIN Raden Fatah Palembang tentang komunikasi pemasaran dan strategi pemasaran.

### c. Saran bagi peneliti selanjutnya

Peneliti selanjutnya diharapkan dapat memahami dan membahas lebih luas tentang strategi *marketing*.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku :

- Adi Wibowo, Lili. (2017). *Manajemen Komunikasi dan Pemasaran*, Bandung : Alfabeta, Cetakan 1.
- Assauri, Sofjan. (2018). *Manajemen Bisnis Pemasaran*, Depok : PT. Rajagrafindo Persada, Cetakan 1.
- Firmansyah, Anang. (2019). *Dasar dan Konsep Pemasaran*, Surabaya: CV. Qiara Media, Cetakan I.
- Fitriah, Maria. (2018). *Komunikasi Pemasaran Melalui Desain Visual*, Yogyakarta: Deepublish, Cetakan 1.
- Hermawan, Agus. (2012). *Komunikasi Pemasaran*, Jakarta: PT.Gelora Aksara Pratama.
- Incyas, Candra Adi. (2018). *Manajemen Agribisnis Periklanan*, Malang: UB Press, Cetakan 1.
- Mamang Sangadji, Etta. (2013). *Perilaku Konsumen*, Yogyakarta : CV Andi Offset, Edisi 1.
- Morissan. (2010). *Manajemen Public Relation*, Jakarta: Prenada Media Group.
- Morissan. (2010). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Jakarta : Prenadamedia Group
- Permana Budi, Agung. (2013). *Manajemen Marketing Perhotelan*, Yogyakarta : CV Andi Offset, Edisi 1.
- Rangkuti, Freddy. (2010). *Spiritual Leadership in Business Wake Up*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rustan, Ahmad Sultra. (2017). *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Yogyakarta: Deepublish, Cetakan 1.
- Sri Sedjati, Retina. (2015). *Manajemen Strategis*, Yogyakarta : Deepublish, Cetakan 1.

- Sudarso, Andriansan. (2016). *Manajemen Pemasaran Jasa Perhotelan*, Yogyakarta : CV Budi Utama.
- Soemirat, Soleh. (2010). *Dasar-Dasar Public Relation*, Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, Cetakan 1.
- Suharto, Babun. (2016). *Marketing Pendidikan*, Yogyakarta : PT. LkiS Printing Cemerlang.
- Anton Tan. (2013). *Psikologi Penjualan*, Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, Cetakan I.
- Wijayanto, Kenmada, *etal.* (2013). *Perencanaan Komunikasi Bisnis dalam Perencanaan Komunikasi*, Bandung: Ultimus.
- Tanzeh, Ahmad. (2011). *Metodelogi Penelitian Praktis* Yogyakarta: Teras.
- Yudho Yudhanto. (2018). *Information Technology Business Start Up*, Jakarta: PT. Gramedia

#### **Wawancara :**

- Ali, *Receptionist* Hotel Best Skip Palembang, Wawancara tanggal 24 Oktober 2018.
- Dinda, *Sales Executive* Hotel Best Skip Palembang, Wawancara Tanggal 18 Desember 2018.
- Elly.S, *General Manager* Hotel Best Skip Palembang, Wawancara tanggal 18 Desember 2018.
- Wilza, *Receptionist* Hotel Best Skip Palembang, Wawancara Tanggal 18 Desember 2018.

#### **Jurnal :**

- Anom, Erman, *Public Relation Dalam Kegiatan Marketing*, <http://digilib.esaunggul.ac.id/public/UEU-Journal-4586-ErmanAnom.pdf>, Diakses Tanggal 26 Februri 2019.
- Arimurti, Ayunda, *Strategi Komunikasi Pemasaran Grand Orchid Hotel Surakarta*, <http://www.jurnalkommas.com/docs/jurnal20ayunda%20arimurti.pdf>. Diakses tanggal 21 September 2018.

- Kurniawan, Rian, *Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Branding Hotel Lor in Syariah* Surakarta, <http://eprints.ums.ac.id/48245/1/naskah%20publikasi%20ilmiah.pdf>. Diakses tanggal 21 September 2018.
- Laurency, Regina, *Strategi Komunikasi Pemasaran Grand Wahid Hotel Salatiga dalam Upaya Meningkatkan Pelayanan terhadap Konsumen*, [http://repository.uksw.edu/bitstream/123456789/10390/2/T1\\_602013605\\_full%2520text.pdf](http://repository.uksw.edu/bitstream/123456789/10390/2/T1_602013605_full%2520text.pdf). Diakses tanggal 21 September 2018.
- Mefri, Happy, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Karyawan Front Office Terhadap Kepuasan Tamu Menginap di Hotel The Axana Padang*, <http://media.neliti.com/media/publications/72334-id-pengaruh-kualitas-pelayanan-karyawan-pro.pdf>. Diakses tanggal 11 Oktober 2018.
- Novia Widya Utami, *7 Konsep Marketing Mix yang Harus Diketahui Untuk Mengembangkan Bisnis*, <https://www.jurnal.id/id/blog/2018-mengenal-7-konsep-mix-marketing-dalam-perusahaan-jasa/>, Diakses Tanggal 23 Februari 2019.
- Nur Afriani, Desty, *Bauran Pemasaran 4p 8p dan 9p*, <http://ipspe.files.wordpress.com/2017/05/ppt-bauran-pemasaran-4p-8p-9p>. Diakses Tanggal 28 Oktober 2018.
- Opka Vandisia, Diyan, *Analisis Marketing Mix Pada Perpustakaan Pusat Universitas Muhammadiyah Malang*, <http://journal.unair.ac.id/download-fullpapers-inf8ae4010full.pdf>, Diakses Tanggal 26 Februari 2019.
- Purnama, Eka Desi, *Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Memilih Perguruan Tinggi Pada Mahasiswa Universitas Kristen Krida*, <http://ejournal.ukrida.ac.id/ojs/indeks.php/imb/article/download/1437/1599>. Diakses tanggal 28 Oktober 2018.
- Ramadan, Fazri, *Strategi Komunikasi Pemasaran De Betara Hotel Bandung dalam Meningkatkan Minat Pengunjung*, [http://elib.unikom.ac.id/files/disk1/725/jbptunikompp-gdl-fazriramad-36205-1-unikom\\_f-1.pdf](http://elib.unikom.ac.id/files/disk1/725/jbptunikompp-gdl-fazriramad-36205-1-unikom_f-1.pdf). Diakses tanggal 21 September 2018.
- Sinta, Bab I Pendahuluan Marketing Mix, <http://sinta.ukdw.ac.id/sinta/resources/sintasrv/getintro/11094765/d760fd8a1aa92283f431e191bccd031d/intro.pdf>. Diakses tanggal 28 Oktober 2018.
- Soraya, Warda, *Strategi External Relation Hotel Novotel Palembang dalam Meningkatkan Citra Perusahaan*,

<http://eprints.radenfatah.ac.id/1333/1/Warda%20Soraya%20%28510074%29.pdf>. Diakses tanggal 11 Oktober 2018.

Syahril, Moh., *Pengaruh Pelayanan Karyawan dan Fasilitas yang Diberikan Hotel Terhadap Minat Pengunjung Untuk Menginap di Hotel Semesta Semarang*, <http://eprints.walisongo.ac.id/4488/1/102411166.pdf>. Diakses tanggal 11 Oktober 2018.

**Internet :**

<Http://www.expedia.co.id/Palembang-Hotels-Best-Skip>. Diakses tanggal 23 Desember 2018.

<Http://www.best-skip-hotel/hotel/palembang-id.html>. Diakses tanggal 23 Desember 2018.

## LAMPIRAN



**Wawancara dengan *Receptionist* Hotel Best Skip Palembang**



**Wawancara dengan *Asisstant Sales & Marketing Manager* Hotel Best Skip Palembang**



**Wawancara dengan *Receptionist* Hotel Best Skip Palembang**

## PEDOMAN WAWANCARA 1

Nama : Elly. S

Jenis Kelamin : Perempuan

Pekerjaan : *General Manager*

NO	PERTANYAAN	JAWABAN
1.	Apa visi, misi, dan sejarah berdirinya Hotel?	Hotel ini sudah berdiri sejak 9 Tahun, kalau visi nya yaitu ingin menjadi Hotel terbaik dan mampu bersaing dengan Hotel lain, kemudian misinya harus menciptakan SDM yang berkualitas.
2.	Apa saja yang dilakukan Hotel dalam meningkatkan jumlah pengunjungnya?	Seiring berkembangnya zaman, tentunya kita harus menciptakan ide-ide atau upgrade seperti produk, kemudian konsep yang lama diganti ke konsep yang baru dan itu harus diperbarui secara terus menerus.
3.	Apa keunggulan Hotel Best Skip?	Keunggulannya yaitu Hotel ini mempunyai daya tarik yang murah dengan fasilitas yang lengkap.
4.	Bagaimana komunikasi yang dilakukan oleh Hotel Best Skip?	Komunikasi yang kita lakukan disini yaitu melalui komunikasi langsung dan tidak langsung.
5.	Komunikasi langsung dan tidak langsung seperti apa yang dilakukan di Hotel ini ?	Komunikasi langsungnya disini kita melibatkan <i>Sales Promotion</i> , <i>Personal Selling</i> , dan <i>Direct Selling</i> . Untuk komunikasi tidak langsung disini menggunakan internet seperti website, kemudian spanduk, dan menggunakan media sosial seperti <i>facebook</i> , <i>instagram</i> , maupun <i>tweeter</i> .
6.	Bagaimana proses pemasaran yang dilakukan oleh Hotel ini?	Jadi setiap hari kita selalu mengadakan riset ataupun meeting harian untuk memantau perkembangan keuangan maupun jumlah tamu yang menginap pada Hotel setiap hari nya. Selain itu, kita juga melihat feedback atau respon pelanggan melalui website Hotel.



## PEDOMAN WAWANCARA 2

Nama : Dinda

Jenis Kelamin : Perempuan

Pekerjaan : *Assistant Sales & Marketing Manager*

NO	PERTANYAAN	JAWABAN
1.	Apa keunggulan dari Hotel ini?	Konsepnya yang sengaja diberikan berbeda sehingga membuat pengunjung tertarik dengan Hotel ini, contohnya semua fasilitas yang ada di Hotel ini bisa dinikmati oleh semua orang, maksudnya disini bukan hanya tamu Hotel yang menginap saja yang bisa menikmatinya, tetapi bagi yang hanya ada acara tertentu pun juga bisa menikmatinya.
2.	Apa saja fasilitas yang ada di Hotel?	Hotel ini memiliki 5 lantai, yang terdiri dari lobby, <i>cyber area</i> , mushala, karaoke, ps4, biliar, Spa dan lain-lain. Jadi fasilitas seperti karaoke dan lainnya itu lebih santai hanya menggunakan youtube dan spa nya juga bukan yang sembarangan tetapi lebih kekeluargaan.
3.	Bagaimana strategi yang dilakukan dalam meningkatkan jumlah pengunjungnya?	Jadi strateginya selain penjualan kamar, kita jualnya lebih ke event juga. Pemasarannya lebih cenderung ditujukan kepada <i>meeting</i> , <i>wedding</i> , perkantoran, dan untuk penjualan kamar bisa di pesan melalui traveloka dan website Hotel.
4.	Dari beberapa fasilitas, biasanya yang mana lebih cenderung diminati pengunjung?	Semua fasilitasnya digunakan, dari yang online maupun offline.
5.	Apa yang membedakan Hotel ini dengan yang lainnya?	Kalau perbedaannya disini lebih ke fasilitas. Contohnya kalau Hotel lain kan biasanya untuk penggunaan <i>cyber area</i> itu dikenakan biaya, tapi kalau kita gratis.

6.	Berapa saja harga yang ditawarkan oleh Hotel kepada pelanggan?	Yang pasti harganya standar dan sangat bersahabat.
7.	Bagaimana sistem promosi yang dilakukan oleh Hotel?	Untuk pemasarannya kita lebih banyak ke promosi baik melalui media sosial seperti instagram, facebook, dan lain sebagainya. Selain itu untuk promosinya kita juga menggunakan iklan seperti brosur, penjualan langsung, dan lain-lain.
8.	Bagaimana strategi yang dilakukan dalam menarik minat pengunjung?	Kita melakukan promosi, kemudian fasilitas yang diberikan juga lengkap dengan harga yang murah sehingga banyak diminati oleh pengunjungnya.

### PEDOMAN WAWANCARA 3

Nama : Wilza

Jenis Kelamin : Perempuan

Pekerjaan : *Receptionist*

NO	PERTANYAAN	JAWABAN
1.	Berapa banyak kamar yang dimiliki oleh Hotel ini?	Ada 94 kamar, mulai dari type standar, superior, dan family.
2.	Berapa banyak kamar yang terjual untuk perharinya?	Biasanya kalau hari weekend full, untuk hari biasa biasanya ada 30-50 kamar yang terjual.
3.	Berapa banyak rata-rata pengunjungnya perhari?	Jumlah pengunjungnya 100 orang lebih perhari.
4.	Berapa harga penjualan kamar?	Untuk kamar standar paling murah Rp. 250.000., paling mahal Rp. 450.000., untuk <i>type Family</i> untuk 3-4 orang.
5.	Apa saja fasilitas yang dimiliki oleh hotel?	Hotel ini memiliki restoran, bagi pengunjung atau tamu yang menginap maupun hanya makan saja boleh menikmati semua fasilitasnya. Selain itu hotel ini memiliki 5 lantai yang terdiri dari loby, musholla, spa, dan lain-lain.
6.	Bagaimana sistem pelayanan yang diberikan kepada pelanggan?	Kita selalu mengutamakan kenyamanan pelanggan sebisa mungkin, mulai dari sopan santun, kebersihan, kedisiplinan dan lain sebagainya. Kemudian kalau misalnya terjadi kendala kecil kita harus bisa memperbaikinya secepat mungkin atau dibantu oleh bagian teknis, karna kita mengutamakan kenyamanan pelanggan, kalau kita tidak membuat pelanggan nyaman seolah-olah kita tidak menghargai pelanggan, makanya harus secepat mungkin diatasi.

#### PEDOMAN WAWANCARA 4

Nama : Arya

Jenis Kelamin : Laki-Laki

Pekerjaan : Pengunjung Hotel

NO	PERTANYAAN	JAWABAN
1.	Sejak kapan dan dari mana anda mengetahui Hotel ini?	Sudah lama dari pertama saya ke Palembang dan saya mengetahui hotel ini dari media sosial
2.	Sudah berapa hari anda menginap di Hotel ini dan yang keberapa kalinya?	Saya sudah 3 hari menginap disini dan untuk yang kedua kalinya
3.	Apakah Hotel ini dapat memenuhi kebutuhan anda?	Saya merasa nyaman sekali karena semua kebutuhan saya dilayani dengan sangat baik.
4.	Fasilitas apa yang sering digunakan?	Semua Fasilitas sudah saya gunakan semua.
5.	Mengapa anda memilih Hotel ini dari pada yang lain?	Karna Hotel ini mempunyai daya tarik yang murah namun memiliki fasilitas yang lengkap.
6.	Melalui apa anda memesan kamar di Hotel ini?	Saya memesannya melalui Traveloka.
7.	Bagaimana pendapat anda tentang Hotel ini?	Hotel ini sangat baik pelayanannya, fasilitasnya lengkap, tempat yang strategis, murah, dan <i>free cyber area</i>

**KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
RADEN FATAH PALEMBANG  
NOMOR : B. 920 /Un.09/VIII/PP.01/11/2018  
Tentang  
PENUNJUKAN PEMBIMBING SKRIPSI  
DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
RADEN FATAH PALEMBANG**

- MENIMBANG**
1. Bahwa untuk dapat menyusun skripsi yang baik, mahasiswa perlu dibimbing oleh tenaga ahli sebagai dosen pembimbing pertama dan pembimbing kedua yang bertanggung jawab untuk membimbing mahasiswa dalam rangka penyelesaian penyusunan Skripsi.
  2. Bahwa untuk kelancaran tugas-tugas pokok tersebut perlu dikeluarkan Surat Keputusan Dekan.
  3. Lembar persetujuan judul dan penunjukan Pembimbing Skripsi oleh Ketua Prodi Ilmu Politik *a.n. Yustika Utari*, tanggal, 8 November 2018

**MENGINGAT :**

1. Keputusan Menteri Agama RI Nomor 53 tahun 2015 tentang Organisasi dan Tata Kerja Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.
2. Keputusan Menteri Agama RI Nomor : 407 tahun 2000;
3. Instruksi Direktur Bimbaga Islam Departemen RI Nomor KEP/E/PP.00.9/147/1985 tanggal 5 Juni 1985 tentang pelaksanaan SKS dan Program S1 Universitas Islam Negeri Raden Fatah;
4. Instruksi Menteri Agama RI No.B/152/1994 tentang Pelaksanaan SKS Program S1 Universitas Islam Negeri Raden Fatah;
5. Pedoman Akademik Universitas Islam Negeri Raden Fatah No. LXXV tahun 2004;
6. Kep.Menag RI No. 62 tahun 2015 tentang Statuta Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang;

**MEMUTUSKAN**

**MENETAPKAN:**

Pertama

: Menunjuk Saudara:

N A M A	NIP/NIDN	Sebagai
<b>Drs. H. Hambali, M.Si.</b>	195609041981031000	Pembimbing I
<b>Gita Astri, S.H.I, M. Si.</b>	2025128703	Pembimbing II

Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang masing-masing Sebagai pembimbing pertama dan pembimbing kedua Skripsi Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

N a m a : **Yustika Utari**  
N I M : **1537010045**  
Prodi : **Ilmu Komunikasi**

Judul Skripsi :

***Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung di Hotel Best Skip Palembang.***

Masa bimbingan : **Satu Tahun TMT. 21 November 2018 s/d 21 November 2019**

- Kedua : Kepada pembimbing pertama dan pembimbing kedua tersebut diberi hak sepenuhnya untuk merevisi Judul/kerangka Skripsi tersebut tanpa mengubah substansi penelitian.
- Ketiga : Keputusan ini mulai berlaku sejak tanggal ditetapkan dengan ketentuan bahwa segala sesuatu akan diubah/dibetulkan sebagaimana mestinya apabila dikemudian hari ternyata terdapat kekeliruan dalam penetapannya.










Palembang, 21 November 2018  
Dekan,  
  
Prof. Dr. Izomiddin, MA.  
NIP. 19620620 198803 1 001

**Tembusan :**

1. Rektor ;
2. Dosen Penasehat Akademik yang bersangkutan ;
3. Pembimbing Skripsi (1 dan 2).
4. Ketua Prodi Ilmu Komunikasi.
5. Arsip.

### DAFTAR KONSULTASI SKRIPSI










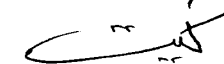
**Nama** : Yustika Utari  
**NIM** : 1537010045  
**Fakultas** : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
**Jurusan** : Ilmu Komunikasi  
**Judul** : Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung di Hotel Best Skip Palembang.  
**Nama Pembimbing I** : Drs. H. Hambali, M. Si

No	Hari/Tanggal	Masalah yang di konsultasikan	Paraf
1.	Kamis 20 Desember 2018	Perbaikan Bab I	
2	Rabu 2 Januari 2019	Acc Bab I dan Perbaikan Bab II	
3	Senin 7 Januari 2019	Acc Bab II	
4	Kamis 19 Maret 2019	Revisi Bab III	
5	Selasa 19 Maret 2019	Revisi Bab III	
6	Jum'at 29 Maret 2019	Revisi Bab III	
7	Senin 8 April 2019	Revisi Bab III	
8	Jum'at 10 Mei 2019	Acc Bab III	
9.	Jum'at 26 Juli 2019	ACC BAB IV Bagian akhir Murnings	

### DAFTAR KONSULTASI SKRIPSI

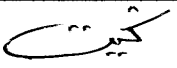
**Nama** : Yustika Utari  
**NIM** : 1537010045  
**Fakultas** : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
**Jurusan** : Ilmu Komunikasi  
**Judul** : Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung di Hotel Best Skip Palembang.

**Nama Pembimbing II** : Gita Astrid, S.H.L., M.Si

No	Hari/Tanggal	Masalah yang di konsultasikan	Paraf
1.	Kamis/ 20 Desember 2018	Perbaikan Bab I	
2	Rabu 2 Januari 2019	Acc Bab I dan Perbaikan Bab II	
3	Senin 7 Januari 2019	Acc Bab II	
4	Kamis 14 Maret 2019	Revisi Bab II	
5	Selasa 19 Maret 2019	Revisi Bab III	
6	Jum'at 29 Maret 2019	Revisi Bab III	
7	Senin 8 April 2019	Revisi Bab III	
8	Jum'at 10 Mei 2019	Acc Bab III	
9.	8 Juli 2019	Bimbingan Bab IV, Abstrak	
10	Kamis, 11 Juli 2019	Revisi Bab IV dan Abstrak	

### DAFTAR KONSULTASI SKRIPSI

Nama : Yustika Utari  
NIM : 1537010045  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Jurusan : Ilmu Komunikasi  
Judul : Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung di Hotel Best Skip Palembang.  
Nama Pembimbing II : Gita Astrid, S.H.I., M.Si

No	Hari/Tanggal	Masalah yang di konsultasikan	Paraf
11	Jum'at / 12 Juli 2019	ACC Bab IV & Abstrak	





*Assalamu 'alaikum Wr. Wb*

Bersama dengan surat ini, kami menerangkan bahwa :

Nama : Yustika Utari  
Nim : 1537010045  
Proram Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas : UIN Raden Fatah Palembang

Adalah benar telah melakukan penelitian dalam pelaksanaan tugas penyusunan Skripsi, dimana yang bersangkutan telah melakukan penelitian di Hotel Best Skip Palembang dari tanggal 18 Desember 2018 s/d 24 Februari 2019.

Demikian surat keterangan ini kami buat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan dengan semestinya.

*Wassalamu 'alaikum Wr. Wb*

Palembang, 25 Februari 2019  
Assistant Sales & Marketing Manager



Riri Mariana Sari

**KEMENTERIAN AGAMA RI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)  
RADEN FATAH PALEMBANG  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

JL. Prof. K.H. Zainal Abidin Fikry No.1 Km.3.5 Palembang 30126 Telp: (0711)354668 Website : www.radenfatah.ac.id

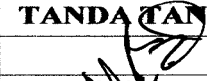
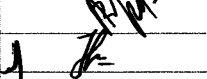
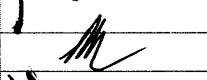

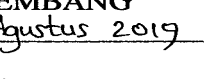

**BERITA ACARA**

Pada hari Kamis..... tanggal...15... bulan...Agustus..... tahun...2019..... Skripsi Mahasiswa :  
 Nama : Yustika Utari  
 Nomor Induk Mahasiswa : 1537010045  
 Jurusan/Program Studi : Komunikasi / Ilmu Komunikasi  
 Judul Skripsi : Strategi Komunikasi pemasaran dalam Meningkatkan jumlah pengunjung di Hotel Best stay Palembang


**MEMUTUSKAN**


1. Setelah mengumpulkan Nilai Teori dan hasil Munaqasyah pada hari ini..... maka saudara dinyatakan : **LULUS/ ~~TIDAK LULUS~~**,  
 Indeks Prestasi Kumulatif : ....., oleh karena itu saudara berhak memakai gelar Sarjana Strata Satu (SI) **Sarjana Sosial (S.Sos). S.I.Kom**
2. Perbaikan dengan Team Penguji selambat-lambatnya 2 (dua) Minggu/ sebelum penutupan pendaftaran Wisuda terhitung sejak ditetapkan.
3. Apabila melanggar point 2 diatas, maka dinyatakan belum bisa diikutsertakan mengikuti Wisuda yang diselenggarakan pada periode berjalan.
4. Apabila dikemudian hari terdapat kekeliruan dalam penetapan ini akan diadakan perubahan sebagaimana mestinya.

Team Penguji :

NO.	TEAM PENGUJI	JABATAN	TANDA TANGAN
1	<u>Reza Aprianti, MA</u>	Ketua Penguji	
2	<u>Badarudin Azarkasyi, MA</u>	Sekretaris Penguji	
3	<u>Dr. Eun Budianto, Msi</u>	Penguji Utama	
4	<u>M. Mifta Farid, M. I. Kom</u>	Penguji Kedua	
5	<u>Drs. H. Hambali, M. Si</u>	Pembimbing I	
6	<u>Gita Astrid, M. Si</u>	Pembimbing II	

DITETAPKAN DI : PALEMBANG  
 PADA TANGGAL : 15 Agustus 2019

KETUA,  
  
Reza Aprianti, MA  
 NIP. 19850223 2011012004

SEKRETARIS,  
  
Badarudin Azarkasyi, SE.Mn.  
 NIP. 2026068402

**KEMENTERIAN AGAMA RI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)  
RADEN FATAH PALEMBANG  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

JL. Prof. K.H. Zainal Abidin Fikry No.1 Km.3.5 Palembang 30126 Telp: (0711)354668 Website : www.radenfatah.ac.id

**SURAT KETERANGAN**


Yang bertanda tangan dibawah ini, kami Ketua Sidang Munaqasah Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Raden Fatah Palembang dengan ini menerangkan :

Nama : *Yustita Utari*  
NIM : *1537010045*  
Jurusan : *Komunikasi*  
Judul Skripsi : *Strategi komunikasi pemasaran dalam meningkatkan jumlah pengunjung di Hotel Best stay Palembang*

Telah dimunaqasahkan pada hari *Kamis* tanggal *15* bulan *Agustus* tahun *2019* dinyatakan **LULUS** / ~~TIDAK LULUS~~ Dengan Nilai Indeks Prestasi Kumulatif (IPK) : .....

Palembang, 15 Agustus 2019

Ketua

  
Reza Aprianti, MA  
NIP. ~~1985022320401209~~



**Tembusan :**

1. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
2. Yang bersangkutan
3. Arsip.

**LEMBAR PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI**

Nama : Yustika Utari  
Nim : 1537010045  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Tanggal Ujian Munaqasah : 15 Agustus 2019  
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran  
dalam Meningkatkan Jumlah Penginap di Hotel Best Skip Palembang

.....  
TELAH DI REVISI SESUAI MASUKAN DAN SARAN PADA SAAT UJIAN MUNAQASAH DAN TELAH DISETUJUI OLEH DOSEN PENGUJI I DAN DOSEN PENGUJI II.

No	Nama Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Dr. Kun Budianto, M.Si	Penguji I	
2	M. Mifta Farid, M.I.Kom	Penguji II	

Palembang, 22 Agustus 2019.

Dosen Pembimbing I



Drs. H. Hambali, M.Si  
NIP. 195609041981031001

Menyetujui,

Dosen Pembimbing II



Gita Astrid, S.H.I., M.Si  
NIDN. 2025128703